

MARKE DES MONATS: SCHILD

Turnaround zum Trendsetter

VON STEFAN VOGLER

DER AUTOR



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke. www.markenexperte.ch.

SCHILD

Marke des Monats im April 2011: www.schild.ch

Vor 35 Jahren drückte mir der Patron zwei Hunderternoten in die Hand und sagte: «Mit Jeans und Pulli will ich Sie nie mehr vor der Konzernleitung sehen. Gehen Sie zu Schild, kaufen sich ein Hemd, eine Krawatte und ein Jackett!» Befohlen, getan. Weder das Outfit noch der Kaufakt sind mir positiv in Erinnerung. Stramme Jungherren probierten stolz ihre Ausgehuniform für das Militär und ergraute Rentner drängten sich in viel zu engen Kabinen. Mein hellgrau meliertes Jackett, das schlecht sitzende Hemd und die Wollkrawatte waren alles andere als modisch...

Heute präsentiert sich der Flagshipstore von

Schild nahe der Bahnhofstrasse topmodern. An der Eröffnungsfeier zelebrierten Models, Missen und Misters mit 1000 Gästen. Auf fünf Etagen präsentiert Schild neben Marken wie Hallhuber, Mango oder Navyboot auch eine grosse Mass-Lounge der eigenen Masskleidermarke Savile Row.

Nicht nur an der Front hat sich Schild erneuert. Wer heute die Firmenzentrale am Rotsee besucht, wähnt sich in einem gestylten Architekturbüro, nichts mehr deutet auf die alte Uniformenfabrik hin. Wie konnte es zu diesem Markenwandel kommen?

Thomas Herbert (CEO) und Stefan Portmann

(VR-Präsident) haben Mut bewiesen.

Als sie bei Schild einstiegen, wussten sie, dass sie vor einem tiefgreifenden Wandel standen. Es folgten Innovationen auf allen Ebenen: Die Fashionlinie für Navyboot, die Lancierung der Masskleidung Savile Row, die Entwicklung des ersten Onlineshops schild.ch oder der Ausbau des Memberclubs, auf fast 900 000 Mitglieder.

Schild erzielte überdurchschnittliches Wachstum, tätigte 2010 einen Umsatz von 186 Mio CHF (Cashflow: 20.1 Mio CHF). Der Mut und Einsatz der Turnarounder hat sich gelohnt.

NEWS AUS DER MARKENWELT

Ragusa: Beliebter Schweizer Schokoriegel: 2010 wurden 1390 Tonnen verkauft. **Top:** Gemäss Unicef sind Coca-Cola und Starbucks die beliebtesten Brands auf Facebook.

Milka: Sloganwechsel bei der lila Kuh. Aus «Die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt» wird «Trau dich zart zu sein».

Beliebteste Autofarben: Am Genfer Autosalon wurde eine Hitparade ermittelt: 1. Weiss 2. Silber 3. Blau 4. Schwarz 5. Rot. Schlusslicht: Violett.

Grösste CH-Firmen: Nestlé (Wertschöpfung 2010: 18,6 Mia CHF), Richemont (11,3) und Swatch Group (7,9) verdanken Ihre Kraft starken Marken. **Rekord:** Im Januar 2011 stieg der Bruttowerbedruck CH um über 16% (!) und hält damit den Jahrzehnterekord.